

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Aktivitas komunikasi pemasaran Riau Fantasi Labersa dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Dengan melangkah ketahap yang lebih tinggi yaitu pada bab tiga ini, peneliti berusaha memaparkan hasil wawancara, observasi dan pengumpulan dokumen yang telah peneliti lakukan di PT. Labersa Hutahaean dalam rangka menjawab permasalahan sebagaimana peneliti kemukakan pada pendahuluan diatas.

Wawancara dilakukan dengan cara komunikasi tatap muka secara langsung antara peneliti dan narasumber yang berkompeten dan *credibel* terhadap permasalahan yang penulis angkat. Wawancara secara mendalam melibatkan Benthon R. Sinaga (*Admin/HRD*) Indra Setiawan (*General Manager*), Rocky Wirabrata (*SPV. Marketing Communication*), Hendra Hutajulu (*Marketing Communication*), Tedie Bagus. W (*Marketing Communication*).

Tabel 3.1
Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1	Benthon R. Sinaga	Admin/HRD
2	Indra Setiawan	General Manager
3	Rocky Wirabrata	SPV. Marketing
3	Hendra Hutajulu	Marketing
4	Tedie Bagus. W	Marketing

Sumber: Riau Fantasi Labersa

Dalam perkembangan dunia pariwisata yang semakin ketat, membuat perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata bersaing dalam menarik minat pengunjung untuk melakukan rekreasi atau liburan bagi masyarakat, oleh karena itu, masing-masing perusahaan melakukan kegiatan atau aktivitas komunikasi pemasaran untuk mempromosikan produk atau jasa mereka dalam bidang pariwisata agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung pada usaha perusahaan mereka masing-masing. Setiap perusahaan berusaha melakukan strategi atau aktivitas komunikasi pemasaran melalui berbagai macam cara, seperti, melakukan promosi, iklan, diskon dan lain-lain untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan menjadi pengguna atau pelanggan.

Tujuan dari promosi merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam kegiatan promosi, di mana tujuan promosi itu berbeda-beda menurut perusahaan apa yang dijalankannya, jadi suatu perusahaan dalam hal melakukan suatu kegiatan promosi memiliki beberapa tujuan. Dari kegiatan promosi tersebut antara lain untuk memberikan informasi, meningkatkan penjualan, mempengaruhi perilaku masyarakat agar membeli/menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Keberadaan komunikasi pemasaran bermanfaat untuk mendukung secara langsung kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Komunikasi pemasaran penekanannya bukan pada penjualan, namun berperan sebagai pemberi informasi yang bersifat mendidik dan upaya untuk meningkatkan pengertian lewat penambahan pengetahuan mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Dalam hal ini

kegiatan atau aktivitas komunikasi pemasaran PT. Labersa Hutahaeen dalam meningkatkan jumlah pengunjung adalah dengan melakukan promosi yang sangat berperan penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

Pada perusahaan PT. Labersa Hutahaeen, aktivitas komunikasi pemasaran dilakukan oleh pihak komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*). Jadi segala sesuatu hal yang berhubungan dengan Komunikasi Pemasaran dikerjakan oleh divisi komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*).

Konsep Bauran Pemasaran 4P dalam komunikasi pemasaran:

1. Produk (*Product*)

PT. Labersa Hutahaeen Group (Riau Fantasi Labersa) adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa, jadi perusahaan menawarkan jasa pariwisata. Termasuk di dalamnya, pihak divisi *Marketing Communication* menjual voucher-voucher diskon, menawarkan paket-paket liburan yang lebih murah.

Tedie Bagus. W (Wawancara 16 April 2014)

“Produk yang ditawarkan oleh PT. Labersa Hutahaeen Group (Riau Fantasi Labersa Waterpark) adalah merupakan perusahaan yang menawarkan jasa dalam bidang pariwisata khususnya waterpark , berupa tempat rekreasi hiburan bagi keluarga atau masyarakat dalam bentuk wahana kering (Theme Park) dan wahana air (Water Park) yang merupakan wahana rekreasi modern terbesar dan terlengkap yang ada di Riau”

2. Harga (*Price*)

Tarif atau harga tiket untuk memasuki wahana Riau Fantasi Labersa Waterpark adalah:

Senin – Jumat Rp. 60.000

Sabtu & Minggu Rp. 70.000

(Hari Libur Nasional)

Rocky Wirabrata (Wawancara 16 April 2014)

”Untuk harga tiket memasuki dan menikmati wahana, harga juga bersaing dengan Waterpark lain yang ada di Riau, sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan, untuk melakukan rekreasi hiburan keluarga di Riau Fantasi Labersa Waterpark, pengunjung dikenakan harga Rp. 60.000,- untuk hari senin sampai jumat dan Rp. 70.000,- untuk hari sabtu & minggu, dan hari libur nasional. Selain itu, pengunjung juga dapat melakukan booking area wahana, dan Riau Fantasi Labersa Waterpark juga menawarkan paket untuk memasuki wahana permainan air (Labersa Waterpark) ini, dan yang pasti harga-harga paket lebih murah di bandingkan dengan harga normal biasanya”

Tabel 3.2
Daftar Paket Riau Fantasi Labersa

No	Paket	Harga	Disc	Keterangan
1	Fun Game Package	Rp. 170.000,-	-	Tiket masuk, Minimal 30 Pax, Lunch Box, Blocking Area, Asuransi, Fun Game, Free Wifi & Medic Standby.
2	Fun Game Package	Rp. 140.000,-	-	Tiket masuk, Fun Game, Blocking Area
3	Gathering Package	85.000,-	-	Tiket masuk, Minimal 30 Pax, Lunch Box, Blocking Area, Asuransi, Free Wifi & Medic Standby.
4	Student Package	-	50 %	Tiket masuk, Minimal 50 Pax, Asuransi, Free Wifi & Medic Standby.

Sumber: Riau Fantasi Labersa

3. Tempat (Place)

Untuk lokasi ataupun tempat, PT. Labersa Hutahaeen mendirikan usaha di bidang jasa pariwisata di tempat yang strategis, Riau Fantasi Labersa di bangun di atas lahan seluas kira-kira 8 hektar, yang terdiri dari

Labersa Water dan Theme Park. Dan dapat di tempuh dengan jarak lebih kurang 15 menit dari bandara Sultan Syarif Kasim II, dan didukung sarana hotel berbintang lima yaitu Labersa Hotel & Convention Center serta Lapangan Golf 27 hole.

Rocky Wirabrata (Wawancara 16 April 2014)

“Untuk tempat atau lokasi yang dipilih untuk wahana hiburan sangat strategis karena dapat di tempuh sekitar 15 menit dari bandara Sultan Syarif Kasim II, dan didukung sarana hotel berbintang lima yaitu Labersa Hotel & Convention Center serta Lapangan Golf 27 hole dan untuk tempat pendistribusian promosi berupa voucher serta diskon, biasanya pihak sales promotion langsung turun ke sekolah-sekolah dan universitas serta instansi pemerintahan untuk menawarkan dan mempromosikan Riau Fantasi Labersa”.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk memberitahukan, menawarkan produk atau jasa untuk diketahui oleh masyarakat dan agar menarik minat masyarakat untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Promosi mengacu pada cara mempromosikan produk atau jasa agar diterima oleh konsumen dan melakukan pembelian atau menggunakan produk atau jasa sebuah perusahaan. Promosi yang pernah dilakukan oleh marketing Riau Fantasi Labersa diantaranya adalah promosi diskon memasuki wahana Waterpark, setelah menggunakan arena *Theme Park*, kemudian promosi potongan diskon dengan cara menggunting iklan Riau Fantasi pada surat kabar (koran), promosi pembelian voucher Granton, promosi membeli tiket normal akan mendapatkan softdrink, dan masih banyak lagi promosi-promosi lainnya, promosi bersifat tidak tetap, akan selalu berubah, tergantung kebutuhan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Hendra Hutajulu (Wawancara 14 April 2014)

“Promosi yang dilakukan pada april 2014 saat ini adalah dengan menjalin kerja sama dengan pihak indomaret berupa diskon bagi pengunjung yang memiliki kartu member indomaret serta melakukan kerja sama dengan pihak granton dengan cara menjual voucher-voucher”.

Hasil penelitian tentang aktivitas komunikasi pemasaran Riau Fantasi Labersa Waterpark dalam meningkatkan jumlah pengunjung, melalui promosi yaitu;

1. Iklan (*Advertising*)

Media sangat berpengaruh dalam mempengaruhi perilaku pengunjung dan calon pengunjung, karena informasi yang diberikan oleh perusahaan dalam bentuk iklan melalui berbagai media seperti media elektronik dan media massa akan mempengaruhi perilaku pengunjung dan calon pengunjung, promosi yang dilakukan perusahaan dalam bentuk iklan akan mengundang dan menarik minat masyarakat sebagai pengunjung dan calon pengunjung atau sebagai pengguna atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) menggunakan media cetak dan media elektronik dalam mempengaruhi perilaku pengunjung dan calon pengunjung. Untuk itu perusahaan harus menyiapkan dengan baik, aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan, agar dapat menarik minat wisatawan atau masyarakat sekitar untuk melakukan perjalanan wisata atau rekreasi liburan ke Riau Fantasi Labersa Water Park. Adapun aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh divisi marketing Riau Fantasi Labersa Water Park di antaranya:

“Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaean (Riau Fantasi Labersa) dengan cara memberikan media promosi dalam bentuk Iklan seperti; banner, brosur, spanduk iklan, serta posting di media cetak koran, Media elektronik seperti Televisi dan Radio, serta memanfaatkan kemajuan perkembangan teknologi, dengan menggunakan pemasaran dan promosi melalui Social Media” (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Media sangat penting untuk melakukan promosi sehingga dapat mempengaruhi pengunjung dan calon pengunjung, karena media sangat efektif dalam pencapaian target pasar. Media berada dimana-mana yang dapat dijangkau oleh para pengunjung atau masyarakat. Dari promosi yang dilakukan oleh divisi Riau Fantasi Labersa Waterpark, baik melalui iklan spanduk, brosur, media cetak, atau bahkan melalui *social media* maka, masyarakat yang melihat akan merasa tertarik dan berminat untuk melakukan perjalanan wisata ke Riau Fantasi Labersa Waterpark. Selain melakukan kegiatan aktivitas komunikasi pemasaran melalui iklan, divisi Riau Fantasi Labersa Waterpark juga melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat masyarakat dan dapat mempengaruhi pengunjung dan calon pengunjung.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Perusahaan melakukan promosi-promosi dan iklan melalui berbagai media elektronik, media televisi media cetak seperti, brosur, iklan dalam bentuk spanduk serta melakukan iklan dan promosi di *social media*. Upaya yang dilakukan oleh Sales Promotion Riau Fantasi Labersa Waterpark untuk meningkatkan jumlah pengunjung

diantaranya adalah dengan melakukan penjualan voucher-voucher dan diskon, melalui kegiatan kerja sama dengan pihak lain.

“Cara yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) dalam mengatasi persaingan wisata dalam bidang waterpark di Riau adalah dengan cara, memperbaiki kenyamanan bagi pengunjung berupa service dan layanan, memperbanyak wahana, mencoba untuk membuat inovasi-inovasi baru seperti planning kedepannya, Riau Fantasi Labersa akan membuat wahana 4D yang merupakan salah satu program wacana yang akan dilakukan selanjutnya, dan memperbanyak kerjasama dengan pihak luar yang bisa saling menguntungkan antara ke dua belah pihak”. (Wawancara: Indra Setiawan, General Manager, 22 April 2014)

Dari observasi peneliti di lapangan, peneliti dapat melihat dan mengetahui berdasarkan data di tempat penelitian bahwa Riau Fantasi Labersa Waterpak pernah menjalin kerja sama dengan pihak MCC Matahari Store, Hypermart, dan saat ini Riau Fantasi Labersa menjalin kerjasama promosi diskon dengan Indomaret dengan memberikan diskon 30% untuk pemegang member Indomaret, dan diskon 35% untuk karyawan Indomaret. Selain itu, Riau Fantasi Labersa juga menjalin kerja sama dengan Granton advertising yang beralamat di jalan Arifin Ahmad. (Observasi : 30 April 2014)

3. *Public Relations*

Peranan dan fungsi *Public Relations* dilakukan oleh pihak Marketing Riau Fantasi Labersa dalam membina hubungan baik dengan masyarakat serta melakukan kegiatan – kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung Riau Fantasi Labersa Waterpark.

Faktor kenyamanan pemenuhan atas kebutuhan/pelayanan terhadap pengunjung sangat penting sekali, karena jika pengunjung merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan atas jasa yang di tawarkan, pastinya pengunjung akan terus datang dan tidak bosan untuk melakukan atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Untuk itu sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk menjaga nama baik perusahaan dengan mempertahankan citra positif perusahaan, jika pengunjung puas dan nyaman atas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka pengunjung akan bercerita kepada teman, saudara dan orang-orang terdekat mereka, tentang kenyamanan dan kepuasan mereka saat berada di Riau Fantasi Labersa Waterpark, dan secara tidak langsung, pengunjung telah melakukan promosi kepada calon pengunjung dan akhirnya mereka berminat untuk melakukan rekreasi ke Riau Fantasi Labersa. Adapun upaya yang dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa Waterpark dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung adalah:

“Upaya yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa Waterpark) untuk memenuhi kebutuhan pelayanan terhadap pengunjung adalah dengan cara memberikan service atau pelayanan yang baik, kepada pengunjung, karena dengan demikian setelah pengunjung meninggalkan Riau Fantasi Labersa dan Puas atas pelayanan yang diberikan, maka, secara otomatis pengunjung tersebut akan bercerita kepada orang terdekat mereka, dan kemudian hal ini secara tidak langsung pengunjung mempromosikan kepada calon pengunjung dan akan menguntungkan Riau Fantasi Labersa dan menjadi faktor penunjang membuat calon pengunjung penasaran dan datang untuk melakukan liburan rekreasi ke Riau Fantasi Labersa”. (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa faktor kenyamanan dan kepuasan terhadap kualitas pelayanan pengunjung sangat penting bagi perusahaan agar pengunjung merasa nyaman dan puas atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, dan membuat pengunjung mau kembali lagi untuk menggunakan atau melakukan rekreasi ke Riau Fantasi Labersa Waterpark.

Dari observasi peneliti di lapangan, peneliti melihat adanya pelayanan yang baik dari Riau Fantasi Labersa Waterpark, seperti penyambutan salam saat datang ke area wahana Waterpark dan akan ditemani atau diberikan arahan penggunaan wahana oleh *Life Guard* yang berpengalaman dalam bidangnya dan juga kelengkapan wahana dan fasilitas yang memadai seperti : kemanan kendaraan parkir yang luas dan aman, *gazebo* tempat istirahat, loker atau tempat penyimpanan barang-barang, adanya kantin yang berada dekat area wahana Waterpark, keadaan atau kondisi ruang ganti atau WC dan ruang ganti pakaian yang selalu bersih, dan keadaan atau kebersihan air kolam, dan ditemani dengan irama musik di area wahana Waterpark. (Observasi : 16 April 2014).

4. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Selain melalui media iklan, Riau Fantasi Labersa Waterpark juga melakukan promosinya melalui penjualan personal.

“Promosi yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa waterpark) untuk mempengaruhi pengunjung dan calon pengunjung (masyarakat) melalui sales promotion adalah dengan melakukan pendekatan dengan cara mendatangi daerah-daerah kota kecil di Riau dan sekitarnya, kemudian melakukan komunikasi yang baik dengan mempresentasikan ke sekolah-sekolah atau perusahaan/instansi

dan menjelaskan promosi-promosi liburan di Riau Fantasi Labersa yang dilakukan dua kali dalam satu tahun”. (Wawancara: Hendra, Marketing Communication, 16 April 2014)

Dari wawancara di atas bahwa PT. Labersa Hutahaean (Riau Fantasi Labersa) dalam melakukan promosi untuk mempengaruhi pengunjung tidak hanya untuk masyarakat yang berada di sekitar Riau Fantasi Labersa saja, tetapi juga menarik minat pengunjung dan calon pengunjung di luar kota Pekanbaru, dengan mendatangi target dan melakukan presentasi agar target tertarik dan berminat melakukan perjalanan rekreasi wisata ke Riau Fantasi Labersa Waterpark.

Dari observasi peneliti di lapangan, peneliti melihat bahwa aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh divisi komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) Riau Fantasi Labersa Waterpark berupa iklan-iklan melalui media dan promosi juga dilakukan dengan cara mempengaruhi pengunjung dan calon pengunjung (masyarakat) adalah dengan melakukan pendekatan dengan cara mendatangi daerah-daerah kota kecil di Riau dan sekitarnya seperti; Duri, Dumai, Taluk Kuantan, Rengat, dan sekitarnya yang dilakukan dua kali dalam setahun dan dilaksanakan secara bergilir oleh pihak *Marketing Communication*. Kemudian melakukan komunikasi yang baik dengan mempresentasikan ke sekolah-sekolah atau perusahaan/instansi dan menjelaskan promosi-promosi liburan di Riau Fantasi Labersa Waterpark, dengan maksud dan tujuan untuk mempengaruhi perilaku atau menarik minat calon pengunjung untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Dalam hal ini, divisi Marketing Riau

Fantasi Labersa Waterpark menarik perhatian dan mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata ke Riau Fantasi Labersa Waterpark. (Observasi : 16 April 2014)

Perusahaan melakukan promosi-promosi dan iklan melalui berbagai media elektronik, media televisi media cetak seperti, brosur, iklan dalam bentuk spanduk serta melakukan iklan dan promosi di *social media* dengan demikian masyarakat akan penasaran terhadap promosi-promosi yang selalu berubah setiap bulannya dan mencari informasi promosi yang dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa Waterpark yang memberikan informasi promosi melalui iklan dan melalui *sms broadcast* di *Blackberry Mesangger* dan *social media* lainnya, *facebook* dan *twitter*.

“Peran iklan dalam mempromosikan Riau Fantasi Labersa sangat berperan besar dalam mempromosikan Riau Fantasi Labersa seperti media elektronik baik televisi atau radio, dan juga media cetak, serta menjalin kerja sama dalam melakukan promosi melalui kerja sama dengan pihak advertising yang memang benar-benar berpengalaman, selain itu juga dapat mengetahui tingkat keberhasilan dari kerja sama dengan pihak advertising”. (Wawancara: Tedie Bagus. W, *Marketing Communication*, 16 April 2014)

Dapat dilihat bahwa peran iklan dalam mempromosikan Riau Fantasi Labersa sangat besar, karena melalui media perusahaan dapat mengukur tingkat keberhasilan sebuah kerja sama yg dilakukan dengan pihak lain dalam mempromosikan perusahaan, iklan dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat, seperti iklan media massa, berupa banner, baliho yang merupakan informasi bagi masyarakat, serta dapat menarik minat masyarakat melalui promosi-promosi yang ada dalam sebuah iklan baik, iklan media elektronik, ataupun media massa.

“Bentuk-bentuk media promosi yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) adalah berupa iklan media elektronik dan media massa seperti promosi melalui spanduk, balliho, brosur, serta kerja sama dengan pihak lain seperti, Hypermart, MCC Matahari Store, sekolah internasional, dan lain-lain”. (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Riau Fantasi Labersa juga melakukan kerja sama dengan pihak lain, agar kerjasama yang dilakukan dapat menciptakan ide-ide dan inovasi baru agar dapat menarik lebih banyak pengunjung yang melakukan perjalanan wisata atau liburan ke Riau Fantasi Labersa Waterpark. Dan kerja sama ini juga dilakukan untuk mengatasi persaingan dalam bidang dunia pariwisata khususnya dalam bisnis Waterpark di Riau. Ada beberapa bisnis Waterpark di Riau selain Riau Fantasi Labersa Waterpark, untuk itu Riau Fantasi Labersa Waterpark harus menciptakan ide dan inovasi baru dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain yang benar-benar berpengalaman dalam bidangnya.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Bagi sebuah perusahaan, yang menawarkan produk atau jasa perlu melakukan kontak dengan para pengunjung atau calon pengunjung sebagai pengguna produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena bagi perusahaan kontak dengan pengunjung merupakan salah satu cara untuk memberikan informasi. Riau Fantasi Labersa Waterpark melakukan berbagai cara dalam melakukan kontak dengan pengunjung dan calon pengunjung diantaranya dengan cara memberikan layanan telephone ke nomor (0761) 7865555 serta melakukan kontak melalui *social media* seperti facebook, twitter, Blog, *blackberry Messenger* dan sebagainya.

“adapun upaya yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) dalam melakukan kontak dengan pengunjung adalah dengan melakukan sms broadcast yaitu setiap seminggu sekali melakukan broadcast kepada pengunjung atau masyarakat tentang promo-promo yang sedang dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa waterpark serta pengunjung dan calon pengunjung juga dapat melakukan panggilan melalui layanan Customer ke nomor 0761-7865555 atau bisa langsung menghubungi ke nomor marketing yang selalu memberikan layanan full 24 jam setiap harinya, serta menjalin hubungan baik dengan pengunjung dan calon pengunjung melalui akun Social Media seperti Blackberry Massanger, Twitter, Facebook, Blog, dan lain-lainnya”. (Wawancara: Ricky, Marketing Communication, 16 April 2014)

Menjaga kontak dengan pengunjung dan calon pengunjung sangat penting untuk dilakukan oleh sebuah perusahaan, karena melakukan kontak dengan pengunjung merupakan komunikasi yang sangat diperlukan untuk menunjang hubungan baik, bagaimanapun juga, pengunjung dan calon pengunjung sangat memerlukan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, kemajuan ilmu teknologi sangat membantu dalam menjalin hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat sebagai pengguna atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, masyarakat sangat membutuhkan kontak dengan perusahaan jika ada hal-hal yang ingin diketahui atau ditanyakan kepada perusahaan atas program dan promosi-promosi yang selalu berubah setiap bulannya. Masyarakat atau pengunjung dan calon pengunjung dapat menghubungi layanan telephone, masyarakat juga dapat melakukan kontak melalui *social media* selain itu masyarakat atau pengunjung dan calon pengunjung juga dapat melakukan telephone atau sms langsung ke nomor *handphone* pihak *Marketing Communication* Riau Fantasi Labersa Waterpark.

“Media yang digunakan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) dalam melakukan kontak dengan pengunjung adalah melalui media elektronik seperti layanan Customer ke nomor 0761-7865555 melalui akun Social Media seperti; Blackberry Messenger, Twitter, Facebook, Blog, dan lain-lainnya”. (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Dari hasil observasi peneliti di lapangan, peneliti dapat mengetahui cara yang dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa Waterpark dalam melakukan kontak diantaranya dengan melakukan layanan Customer ke (0761) 7865555 dan melalui *Blackberry Messenger* (PIN: 75F4F478) melalui *Social media* seperti *Facebook*: Labersa Theme Waterpark (Riau Fantasi), *Twitter*: @riau_fantasi, web: www.riaufantasi.com serta menghubungi pihak marketing 0852 2209 7203 (Rocky), 0813 7809 2156 (Hendra), 0852 1207 8854 (Tedie Bagus. W). (Observasi : 17 April 2014).

Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pariwisata, Riau Fantasi Labersa perlu menjaga dan menjalin hubungan baik dengan pengunjung dan juga media. Disamping kualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, kualitas pelayanan menjadi sesuatu hal yang sangat penting untuk menciptakan dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat atau dengan pihak lain. Beberapa cara yang dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa dalam menjalin hubungan baik dengan pengunjung adalah:

“Cara yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) dalam menjalin hubungan baik dengan pengunjung dan calon pengunjung adalah dengan melakukan ramah tamah penyambutan terhadap pengunjung yang datang dan melakukan rekreasi ke Riau Fantasi Labersa, serta memberikan pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola Waterpark, tentang denah petunjuk penggunaan wahana, pengawasan wahana di area Waterpark, yang dilengkapi dengan kamera

CCTV, kondisi dan keadaan lingkungan area Waterpark yang bersih, nyaman, dan juga ditemani dengan irama musik di area wahana. Serta menjalin hubungan baik” (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Selain menjalin hubungan baik dengan para pengunjung, Riau Fantasi Labersa juga perlu melakukan atau menjaga hubungan baik dengan pihak media dengan cara melayani pertanyaan–pertanyaan sebagai bahan pemberitaan dengan pihak media, serta menerima dan bersikap baik kepada mahasiswa yang melakukan penelitian di Riau Fantasi Labersa Waterpark.

Setelah menjalin kerjasama dengan pengunjung dan pihak media perlu menjaga hubungan baik itu agar tetap berjalan dengan baik. Karena menjaga hubungan yang baik dengan pengunjung dan media juga akan menghasilkan sebuah kebaiakan atas citra positif nama baik sebuah perusahaan. Menjaga hubungan baik dengan pengunjung dan media dilakukan dengan cara:

“Cara yang dilakukan oleh PT. Labersa Hutahaeen (Riau Fantasi Labersa) dalam menjaga hubungan baik dengan pengunjung dan calon pengunjung adalah dengan cara tetap memberikan layanan-layanan informasi bagi para pengunjung dan calon pengunjung yang membutuhkan, serta menjawab pertanyaan dari para pengunjung dan calon pengunjung, melalui layanan call maupun layanan di social media seperti Facebook, Twitter, Blog, Blackberry Messenger, dan sebagainya. Menjaga hubungan baik dengan media dilakukan dengan cara memberikan kontak telephone dan selalu bersikap baik dan menghargai keperluan bagi media yang ingin melakukan kegiatan keperluan baik dalam bentuk wawancara atas bahan berita Riau Fantasi Labersa Waterpark sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak”. (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Dari observasi peneliti dilapangan, peneliti melihat PT. Labersa Hutahaean Group menjaga hubungan baik dengan pengunjung dan media dengan cara memberikan layanan informasi atas kebutuhan informasi bagi masyarakat dan media, dan menjaga sikap ramah tamah baik kepada pengunjung dan media. Namun lambat dalam melayani pertanyaan dari masyarakat (Pengunjung) melalui social media *facebook, twitter, blackberry messenger* (Observasi 30 April 2014)

“Penerapan pelaksanaan bauran promosi (promotion mix) yang dilakukan oleh Marketing Communication Riau Fantasi Labersa adalah iklan yang dilakukan di media elektronik dan media massa, Sales Promotion yang dilakukan dengan melakukan pendekatan dengan cara mendatangi daerah-daerah kota kecil di Riau dan sekitarnya, kemudian melakukan komunikasi yang baik dengan mempresentasikan ke sekolah-sekolah atau perusahaan/ instansi-instansi pemerintahan dan menjelaskan promosi-promosi liburan di Riau Fantasi Labersa yang dilakukan dua kali dalam satu tahun. Public Relations dilaksanakan oleh Marketing Communication berupa kerjasama dalam bentuk booklet dengan pihak lain yang saling menguntungkan. Serta melakukan Personal selling dan juga Direct Marketing. (Wawancara: Tedie Bagus. W, Marketing Communication, 16 April 2014)

Adapun bentuk-bentuk promosi kerjasama yang pernah dilakukan oleh Riau Fantasi Labersa di tahun sebelumnya adalah:

Member ADIRA

Member disc 30% Weekdays 20% Weekend

Pembelian maks. 1 tiket/hari untuk 1 member

Periode 01 Feb 2013 - 01 Agust 2013

Syarat & ketentuan berlaku

Kartu Member Matahari Dept. Store (MCC)

MCC disc 15%

Pembelian maks. 4 tiket/hari

Periode 30 Sept 2011 - 30 Sept 2012

Syarat & ketentuan berlaku

Kartu Member Lotte Mart

Diskon 20% - pembelian maks. 4 tiket/hari

Diskon 30% - pembelian min. 30 tiket/hari

Periode 30 Sept 2011 - 30 Sept 2012

Syarat & ketentuan berlaku

Electronic Solution

Member disc 30%

Struk belanja disc 15% - Min transaksi belanja Rp 250.000

Periode 1 mei 2012 - 30 april 2013

Syarat & ketentuan berlaku

Catatan:

Promo tidak bisa digabung dengan promo lainnya.

Promo berlaku setiap hari.

Promo berlaku sebelum tanggal periode habis.

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya selalu menyusun rencana kegiatan yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan usaha yang diharapkan. Rencana yang disusun memberi arah terhadap kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Setiap perusahaan atau badan usaha selalu melakukan kegiatan pemasaran, yang merupakan ciri-ciri aktivitas usahanya. Tidak ada satupun badan usaha terlepas dari kegiatan pemasaran. Ada beberapa ciri-ciri aktivitas komunikasi pemasaran.